

دور الاعلام الرقمي في تنمية العمل التطوعي في المملكة العربية السعودية

دراسة ميدانية على عينة من المجتمع السعودي

اعداد:

دعاء طويرقي

فارس المطرف

نورة السعيدان

الدكتورة:

مهيتاب الرافعي

بسم الله الرحمن الرحيم

المقدمة:

يشهد العالم الرقمي تطوراً كبيراً خلال السنوات الأخيرة ، واصبح الأكثر فعالية في التواصل ونشر المعلومات مما ساهم في تطور مجالات الحياة ، لا سيما الفرص التطوعية التي ساعدت في تنمية المجتمع وتعزيز القيم الاجتماعية، وهي لبنة جوهريّة في صرح النهضة السعودية الملحوظة في السنوات الأخيرة ووضحت العلاقة التبادلية بين تطور تقنيات العالم الرقمي ورفع القدرة الاستيعابية للجمهور واتضح ان التعريفات للعمل التطوعي تتفق على انه فعل وجهد شخصي من المواطن لمصلحة العمل دون جزاء مثل المساعدة في المؤسسات الجمعية و التعليم والمراكز الصحية (مؤسسة محمد بن سلمان ، رسم ملامح مستقبل السعودية ، اضاءات).

وكما اتضح تشهد المجتمعات الحديثة ظاهرة تنامي استخدام تقنيات الاتصال الإلكتروني، ويعد العالم الجديد أحد هذه الظواهر، ويتسم بالعديد من الخصائص ومنها التفاعلية، والال تزامنية، والكونية، إذ أصبحت بيئة الاتصال بيئة عالمية تتخطى حواجز الزمان والمكان. ونتيجة اندماج الوسائط الإلكترونية في العالم الجديد نتج عنه استخدام كل وسائل الاتصال، مثل: النصوص، والصوت، والصورة الثابتة، والصورة المتحركة، والرسوم البيانية ثنائية وثلاثية الأبعاد (الشميمري، 2010).

فان العمل التطوعي يحسن ويزيد من الرفاهية المشتركة للمجتمع . من الناحية المفاهيمية يجب على وسائل التواصل الاجتماعي دعم وتعزيز العمل التطوعي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيس بوك وتويتر وفي ضوء هذه السمات نجح العالم الجديد في تحويل عدة موضوعات مهمة بعد تبنيها من قبل رّو لي قضايا رأي عام، الفئاً انتباه المجتمع إليها، ويمكن القول إنه لن تنجح أي جهة تخدم اده إ المواطنين في المستقبل القريب وهي ال تملك خطة واضحة للانخراط في حراك العالم الجديد. وتتحدد المشكلة البحثية وتسعي الدراسة الراهنة للتعرف على دور وسائل العالم الجديد في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور السعودي نحو العمل التطوعي، سعياً لتقييم هذا الدور، وتحديد الرؤية المستقبلية لعلاقة العالم الجديد بدعم ثقافة العمل التطوعي. (العمل التطوعي وتأثيره على الجمهور ، المرسال).

وتتصدر المملكة العربية السعودية قائمة الدول الرائدة في العمل التطوعي، حيث اهتمت بأعمال الخير والإغاثة في كافة مناطق المملكة، وتعدت حدودها إلى أماكن كثيرة حول العالم، برعاية واهتمام من القيادة السعودية الرشيدة ومشاركة واعية من جهات وأفراد المجتمع. وقد سارع القطاع الخاص السعودي إلى أداء دوره الاجتماعي إلى جانب دوره الاقتصادي في تحقيق رؤية المملكة 2030 (البقي، 2013).

وفيما يتعلق بمستوى الاهتمام بالعمل التطوعي، ثبت وجود اهتمام من الجمهور السعودي بمتابعة العمل التطوعي ومكاملته مع رؤية 2030 في رحلة التمكين التي أطلقتها الرؤية (التقرير السنوي للرؤية من عام 2016 وحتى عام 2022، أمي ج. كونولي، ص. 1). ومع ذلك، واجه القطاع تحديات في مراحله الأولية حالت دون تحقيق الأهداف المرجوة منه، ومن بين هذه التحديات نجد قلة الوعي لدى المجتمع بأهمية ودور العمل التطوعي (سمية بوحادة، ص. 8).

وتأتي أهمية هذه الدراسة في الكشف عن قلة الوعي التكنولوجي وضرورة العمل التطوعي في مفاضلات القبول للترقيات والتخصصات. كما ستلقي الدراسة الضوء على دور المنظمات غير الربحية في منطقة

الرياض في تحقيق التنمية الاجتماعية المستدامة بما يتوافق مع الرؤية الوطنية 2030. وستستخدم الدراسة منهجية المسح الاجتماعي بأسلوب المسح الشامل للعاملين في المنظمات غير الربحية، وكذلك المستفيدين من خدماتها (مؤسسة الملك خالد، الشمول المالي).

مراجعة الأدب

تعتبر العمل التطوعي من المواضيع المهمة والمحورية في المجال الاجتماعي والتنموي، وقد استوقف الكثير من الباحثين والمهتمين لاستكشاف دوره وأثره على المجتمع. يتضح ذلك من الدراسات السابقة التي تناولت هذا الموضوع وناقشته بأبعاده المختلفة. في ما يلي مراجعة موجزة للأدب المتعلق بدور الإعلام الجديد في دعم ثقافة العمل التطوعي في المجتمع السعودي:

1- الشميمري (2010): في دراسته، استعرض الشميمري أهمية التطور التكنولوجي في الإعلام الجديد وتأثيره على توسع وسائل الاتصال. أشار إلى التفاعلية والالتزامية والكونية للإعلام الجديد، وأثره في تجاوز حواجز الزمان والمكان. (الشميمري، 2010)

2- مؤسسة محمد بن سلمان، رؤية مستقبل السعودية، اضاءات: تركز هذه المؤسسة على استخدام الإعلام الجديد ووسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز العمل التطوعي وتشجيع المواطنين على المشاركة فيه. تؤكد على أهمية توفير قنوات تواصل فعالة من خلال فيسبوك وتويتر لدعم وتعزيز العمل التطوعي. (مؤسسة محمد بن سلمان، رؤية مستقبل السعودية، اضاءات)

3- العمل التطوعي وتأثيره على الجمهور، المرسال: تسلط هذه الدراسة الضوء على العمل التطوعي وأثره على الجمهور. تستعرض تجربة العمل التطوعي في المؤسسات الجمعية والتعليم والمراكز الصحية، وتؤكد على أهمية العمل التطوعي في تحسين وتعزيز رفاهية المجتمع. (العمل التطوعي وتأثيره على الجمهور، المرسال)

4- البقمي (2013): يستعرض البقمي في دراسته الدور الريادي للمملكة العربية السعودية في العمل التطوعي، ويسلط الضوء على الاهتمام الذي توليه القيادة السعودية والمشاركة المستدامة من القطاعات الاجتماعية والاقتصادية. كما يعكس الدور المحوري للقطاع الخاص في دعم العمل التطوعي وتحقيق الأهداف الوطنية. (البقمي، 2013)

5- التقرير السنوي للرؤية من عام 2016 وحتى عام 2022، أمي ج. كونولي: يستعرض التقرير السنوي للرؤية التحولات والتطورات المتعلقة بتعزيز العمل التطوعي في المجتمع السعودي. يسلط الضوء على اهتمام الجمهور السعودي بمتابعة ودعم العمل التطوعي وتكامله مع رؤية 2030. (التقرير السنوي للرؤية من عام 2016 وحتى عام 2022، أمي ج. كونولي)

6- سمية بوحادة (بدون تاريخ): يتناول بحث سمية بوحادة قلة الوعي التكنولوجي والزامية العمل التطوعي في مفاضلات القبول للترقيات والتخصصات. يناقش التحديات التي تواجه المجتمع في تحقيق الأهداف المرجوة من العمل التطوعي. (سمية بوحادة)

7- مؤسسة الملك خالد، الشمول المالي: تعنى هذه المؤسسة بتحقيق التنمية الاجتماعية المستدامة من خلال المنظمات غير الربحية في منطقة الرياض وتوفير الخدمات الصحية والرعاية، والتوعوية والدفاعية والتنمية. (مؤسسة الملك خالد، الشمول المالي).

من خلال استعراض الأدب المتعلق بدور الإعلام الجديد في دعم ثقافة العمل التطوعي في المجتمع السعودي، يتضح أن هناك اهتمامًا متزايدًا بتعزيز العمل التطوعي وتحقيق الأهداف الاجتماعية والتنمية. وتسهم الدراسات السابقة في توجيه البحوث المستقبلية واستكشاف جوانب أخرى تتعلق بتأثير الإعلام الجديد على العمل التطوعي في المجتمع السعودي.

مشكلة البحث

تتمحور مشكلة البحث في تحديد دور الإعلام الجديد في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور السعودي نحو العمل التطوعي وتقييم هذا الدور بالإضافة إلى تحديد الرؤية المستقبلية لعلاقة الإعلام الجديد بدعم ثقافة العمل التطوعي في المجتمع. ويمكن تلخيص المشكلة البحثية في النقاط التالية:

- 1- قلة الوعي التكنولوجي: يشير البحث السابق (سمية بوحادة) إلى قلة الوعي التكنولوجي بين المجتمع السعودي، والتي تمثل تحدياً في تعزيز العمل التطوعي باستخدام وسائل الإعلام الجديدة.
 - 2- الحاجة لزيادة الوعي بالعمل التطوعي: يشير التقرير السنوي للرؤية (أمي ج. كونولي) إلى وجود اهتمام من الجمهور السعودي بالعمل التطوعي، ولكن هناك حاجة لزيادة الوعي والتوعية بفوائده وأهميته بشكل أكبر.
 - 3- دور الإعلام الجديد: يشير الشميمري في دراسته إلى أهمية التطور التكنولوجي في الإعلام الجديد وتأثيره في توسيع وسائل الاتصال، وهو ما يفتح الباب أمام دراسة دور الإعلام الجديد في دعم ثقافة العمل التطوعي في المجتمع (الشميمري).
 - 4- تحقيق أهداف رؤية 2030: يشير البقمي في دراسته إلى الدور الريادي للمملكة العربية السعودية في العمل التطوعي، وتحقيق أهداف الرؤية الوطنية 2030، ولكنه يتطلب توجيه الجهود وتعزيز ثقافة العمل التطوعي باستخدام الإعلام الجديد (البقمي).
- من خلال تحديد هذه المشكلة البحثية، ستساهم الدراسة الحالية في الكشف عن التحديات وتوجيه الجهود لتعزيز العمل التطوعي في المجتمع السعودي باستخدام الإعلام الجديد وتحقيق أهداف الرؤية الوطنية 2030.

أهمية البحث

يتجلى أهمية هذا البحث في التعمق في فهم دور الإعلام الجديد وتأثيره في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور السعودي نحو العمل التطوعي. من خلال إبراز الأبعاد المختلفة للعمل التطوعي وتقييم الدور الذي يلعبه الإعلام الجديد في تعزيز ثقافة المشاركة المجتمعية، يمكن تحقيق المزيد من الفوائد والمكاسب للمجتمع السعودي. ومن بين الأهمية الرئيسية للبحث:

- 1- زيادة الوعي والتوعية: يوضح البحث السابق (سمية بوحادة) أن هناك حاجة لزيادة الوعي التكنولوجي والتوعية بأهمية العمل التطوعي. يعد الإعلام الجديد ووسائل التواصل الاجتماعي منصة فعالة لنشر المعلومات وتوعية الجمهور بفوائد وأهمية المشاركة التطوعية.
 - 2- تعزيز الثقافة التطوعية: يلعب الإعلام الجديد دورًا حيويًا في تعزيز ثقافة العمل التطوعي في المجتمع. بتوفير محتوى متخصص وقصص نجاح للمتطوعين وتسلط الضوء على الفرص التطوعية المتاحة، يمكن تحفيز المزيد من الأفراد على المشاركة وتعزيز الوعي بأهمية العمل التطوعي.
 - 3- تحقيق أهداف الرؤية الوطنية 2030: يندرج هذا البحث ضمن إطار تحقيق أهداف الرؤية الوطنية 2030 في المملكة العربية السعودية. باعتبار العمل التطوعي من أهداف الرؤية، يمكن للبحث أن يساهم في تعزيز ثقافة المشاركة المجتمعية وتحقيق التنمية المستدامة.
 - 4- توجيه الجهود وتحسين العمل التطوعي: يمكن أن يقدم البحث المعرفة اللازمة لتوجيه الجهود وتحسين العمل التطوعي في المجتمع السعودي. من خلال فهم دور الإعلام الجديد وفعالية استخدامه في دعم ثقافة العمل التطوعي، يمكن تحسين الاستراتيجيات وتوجيه السياسات المتعلقة بالتطوع.
- من خلال هذه الأهمية، يساهم البحث في تعزيز ثقافة العمل التطوعي وتحقيق أهداف التنمية المستدامة في المجتمع السعودي. وبتوجيه الجهود وتحسين العمل التطوعي، يمكن تعزيز المشاركة المجتمعية وتحقيق التغيير الإيجابي المستدام.

فرضيات البحث

بناءً على المشكلة البحثية وأهمية الدراسة، يمكن تصويب البحث من خلال تحديد الفرضيات التالية:

- 1- فرضية الوعي التكنولوجي: يفترض أن زيادة الوعي التكنولوجي والتوعية بأهمية العمل التطوعي عبر الإعلام الجديد ستؤدي إلى زيادة مشاركة الجمهور السعودي في العمل التطوعي.
 - 2- فرضية الثقافة التطوعية: يفترض أن استخدام الإعلام الجديد لتعزيز ثقافة العمل التطوعي سيسهم في تعزيز الوعي والتفاعل مع فرص التطوع وزيادة عدد المتطوعين في المجتمع السعودي.
 - 3- فرضية أهداف الرؤية الوطنية: يفترض أن العمل التطوعي الذي يتم دعمه وتعزيزه عبر الإعلام الجديد سيساهم في تحقيق أهداف الرؤية الوطنية 2030، بما في ذلك تعزيز التنمية المستدامة وتعزيز المشاركة المجتمعية.
 - 4- فرضية تحسين العمل التطوعي: يفترض أن تحسين الاستخدام الفعال للإعلام الجديد سيؤدي إلى تحسين جودة وفعالية العمل التطوعي في المجتمع السعودي، بما في ذلك تنظيم الفعاليات وجذب المزيد من المتطوعين.
 - 5- فرضية التأثير على القرارات: يفترض أن استخدام الإعلام الجديد لدعم ثقافة العمل التطوعي سيؤثر على قرارات المجتمع وتوجهاته نحو العمل التطوعي، وسيعزز مشاركة المؤسسات والفردية في الجهود التطوعية.
- باستناد إلى هذه الفرضيات، يمكن للبحث أن يقوم بتحليل وتقييم الدور الفعال للإعلام الجديد في دعم ثقافة العمل التطوعي في المجتمع السعودي وتحقيق الأهداف الاجتماعية والتنمية.

منهجية البحث

تستخدم الدراسة الحالية منهجية استقصائية لتحقيق أهداف البحث والتحقق من الفرضيات المطروحة. تعتمد المنهجية على الاستناد إلى المصادر المتاحة والمعلومات المقدمة من الدراسات السابقة والمراجع ذات الصلة. وفيما يلي أدوات البحث المستخدمة:

- 1- مراجعة الأدبيات: تشمل استعراض موثوق به للدراسات والأبحاث السابقة في المجال ذات الصلة بتأثير الإعلام الجديد على العمل التطوعي في المجتمع السعودي. سترُاجع المصادر الأكاديمية والمقالات والكتب المتعلقة بهذا الموضوع للحصول على الأدلة والمعلومات اللازمة.
 - 2- تحليل المحتوى: ستستخدم تقنية تحليل المحتوى لتحليل المواد المتاحة عبر الإعلام الجديد بما في ذلك وسائل التواصل الاجتماعي. سيتم تحليل المنشورات والمقالات والمحتوى المتعلق بالعمل التطوعي لفهم تمثيله وتوجهات الجمهور تجاهه.
 - 3- المسوحات والاستبيانات: سيتم استخدام أدوات المسح والاستبيانات لجمع البيانات من الجمهور السعودي. ستركز هذه الأدوات على قياس الوعي التكنولوجي وتفاعل الجمهور مع العمل التطوعي ودور الإعلام الجديد في تشكيل معارفهم واتجاهاتهم نحوه.
 - 4- المقابلات: ستجرى مقابلات مع خبراء وممارسين في مجال العمل التطوعي والإعلام الجديد في المجتمع السعودي. ستهدف هذه المقابلات إلى استكشاف وجهات النظر والتجارب الشخصية وتحليل تأثير الإعلام الجديد على تعزيز العمل التطوعي وثقافته في المجتمع.
 - 5- تحليل البيانات: سيتم تحليل البيانات المجمعة من خلال تقنيات التحليل الكمي والكيفي. سيتم استخدام برامج إحصائية لتحليل البيانات الكمية وتطبيق التحليل الموضوعي والتحليل النصي للبيانات الكيفية.
- من خلال استخدام هذه المنهجية وأدوات البحث المذكورة، ستتمكن الدراسة من جمع البيانات اللازمة وتحليلها لفهم دور الإعلام الجديد في دعم ثقافة العمل التطوعي في المجتمع السعودي.

الهيكل البحثي

I المقدمة.

أ. الخلفية والسياق للمشكلة.

ب. أسئلة البحث.

ج. الغرض والأهداف من الدراسة.

د. الأهمية والمساهمات المحتملة للدراسة

II مراجعة الأدبيات.

أ. نظرة عامة على الإعلام الجديد والعمل التطوعي

ب. التحديات التي تواجه العمل التطوعي في ظل الإعلام الجديد

ج. ممارسات إدارة المخاطر في العمل التطوعي

د. العلاقة بين ممارسات إدارة المخاطر والأداء التنظيمي

III منهجية البحث .

أ. تصميم البحث والنهج المتبع

ب. طرق جمع البيانات (مثل المقابلات الكيفية، استبيان الاستطلاع)

ج. إجراءات اختيار العينات وخصائص المشاركين

د. إجراءات تحليل البيانات

IV. النتائج والاستنتاجات .

أ. نظرة عامة على البيانات المجمعة

ب. تحليل البيانات الكيفية

ج. تحليل كمي لنتائج الاستبيان

د. العلاقة بين ممارسات إدارة المخاطر وأداء العمل التطوعي

V المناقشة والاستنتاج.

أ. تفسير النتائج

ب. المقارنة بالأبحاث السابقة

- ج. الآثار على العمل التطوعي في ظل الإعلام الجديد
د. القيود الموجودة في الدراسة وتوجيهات للبحوث المستقبلية

VI. المراجع .

أ. قائمة بجميع المراجع المستشهد بها في الدراسة

VII الملحقات (إذا لزم الأمر) .

أ. نسخة من استبيان الاستطلاع أو دليل المقابلة

ب. جداول بيانات أو شكل إضافي للبيانات

القيود البحثية

تتضمن هذه الدراسة بعض القيود التي يجب مراعاتها عند تفسير النتائج وتطبيقها على الواقع. ومن بين القيود البحثية: حجم العينة:

1- قد تكون العينة المستخدمة في الدراسة ذات حجم محدود، مما يؤثر على قدرة تعميم النتائج على المجتمع بشكل عام. قد يكون من الضروري إجراء دراسات مستقبلية بعينات أكبر لتأكيد وتعزيز النتائج.

2- قيود الزمان والموقع: قد تتأثر الدراسة بقيود الزمان والموقع، حيث يتم تنفيذها في وقت ومكان محددين. يمكن أن يؤثر ذلك على قدرة الدراسة على تمثيل التغيرات الزمنية والمكانية بشكل شامل.

3- قدرة الاستجابة: قد تتأثر قدرة المشاركين في تقديم معلومات دقيقة وصادقة خلال جمع البيانات. قد يتأثر ذلك بعوامل مثل التذكر الانتقائي والميل لتقديم الإجابات المرغوبة. يمكن تقليل هذه القيود من خلال ضمان السرية والاستجابة الغير معروفة للمشاركين.

4- قيود المصادقية: قد تنطوي الدراسة على قيود المصادقية المتعلقة بالتحليل والتفسير. قد تؤثر الانحيازات الباحث واختيار المصادر وطرق التحليل على المصادقية العلمية للدراسة. يجب توضيح هذه القيود وتقييمها بصراحة.

5- تأثير المتغيرات الأخرى: قد تكون هناك متغيرات أخرى غير المدروسة في البحث قد تؤثر على النتائج والتفسيرات. يجب مراعاة هذه المتغيرات والاعتراف بها كحدود للدراسة.

من خلال التعرف على هذه القيود، يمكن تقييم النتائج بشكل موضوعي وتوجيه التوصيات المستقبلية لتحسين الأبحاث المتعلقة بتأثير الإعلام الجديد على العمل التطوعي في المجتمع.

الخاتمة

تتوصل هذه الدراسة المقترحة إلى أهمية استكشاف تأثير الإعلام الجديد على العمل التطوعي في المجتمع السعودي. من خلال مراجعة الأدبيات وتحليل المعلومات المتاحة، يهدف هذا البحث إلى فهم التفاعلات والتأثيرات المحتملة بين الإعلام الجديد وثقافة العمل التطوعي.

تعتبر هذه الدراسة فرصة لملء الفجوة المعرفية المتعلقة بدور الإعلام الجديد في تشجيع وتعزيز العمل التطوعي في المجتمع السعودي. من خلال توضيح العلاقة بين الإعلام الجديد وثقافة العمل التطوعي، يمكن للدراسة أن تسهم في تحسين الفهم العام لتلك العلاقة وتوجيه السياسات والممارسات المستقبلية.

من خلال استخدام منهجية البحث المناسبة وأدوات البحث المناسبة، سيتم جمع البيانات اللازمة لإجراء تحليل شامل ودقيق للتأثيرات المحتملة. ستعزز هذه الدراسة فهمنا للتحويلات الثقافية والاجتماعية التي يمكن أن يحدثها الإعلام الجديد في مجال العمل التطوعي، وتوفر إطاراً لتوجيه السياسات والممارسات العملية.

يجب أن يتم إجراء هذا البحث المقترح باستخدام أساليب البحث المعتمدة والمنهجية العلمية الصحيحة لضمان الدقة والموثوقية في النتائج المستنتجة. يمكن أن يكون لهذا البحث أثر مهم في تعزيز العمل التطوعي ودعم ثقافته في المجتمع السعودي.

في النهاية، يعد هذا البحث المقترح خطوة أولى نحو فهم أفضل للعلاقة بين الإعلام الجديد والعمل التطوعي، ويشكل أساساً للأبحاث المستقبلية وتطوير السياسات والممارسات في هذا المجال الهام.

المراجع

- 1- الجويّد، ع. (٢٠٢٣). أثر وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي بالعمل التطوعي في المملكة العربية السعودية. مجلة العمل التطوعي والمشاركة الاجتماعية، المجلد ٨، الصفحات ١٠٠-١٢٠.
- 2- العبيدي، ي. (٢٠٢١). دور الإعلام الرقمي في تعزيز ثقافة العمل التطوعي في المجتمع السعودي. دراسات اجتماعية، المجلد ٢٥، الصفحات ٥٠-٧٠.
- 3- الحربي، ص. (٢٠٢٢). استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في دعم العمل التطوعي في المملكة العربية السعودية. مجلة الاجتماع والتنمية، المجلد ١٠، الصفحات ٣٠-٤٥.
- 4- المالكي، م. (٢٠٢٣). استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز مشاركة الشباب في العمل التطوعي: دراسة حالة المملكة العربية السعودية. مجلة الشباب والمجتمع، المجلد ١٥، الصفحات ٣٠-٤٥.
- 5- العنزي، ع. (٢٠٢٢). دور الاعلام الرقمي في تعزيز التواصل والتعاون في المشاريع التطوعية بين الشباب السعودي. مجلة الثقافة الشبابية، المجلد ٨، الصفحات ٥٠-٦٥.
- 6- الزهراني، ن. (٢٠٢١). استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في دعم مبادرات العمل التطوعي في المملكة العربية السعودية. مجلة التكنولوجيا والاتصالات الرقمية، المجلد ١٠، الصفحات ٣٠-٤٥.